

63064 - Gestión de la comunicación estratégica

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 63064 - Gestión de la comunicación estratégica

Centro académico: 103 - Facultad de Filosofía y Letras

Titulación: 565 - Máster Universitario en Consultoría de Información y Comunicación Digital

Créditos: 6.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Forma parte de la materia Comunicación corporativa. Ofrece un conocimiento avanzado sobre los fundamentos, el fin y la implantación de planes de comunicación estratégica. Objetivos: conocer y comprender la comunicación estratégica; identificar y aplicar los modelos de éxito para diseño y la planificación de un sistema de comunicación corporativa digital; elaborar y aplicar un plan de comunicación estratégica; establecer los objetivos, los indicadores y el procedimiento para la evaluación del plan de comunicación.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible: Educación de calidad (ODS 4); Igualdad de género (ODS 5); Reducción de las desigualdades (ODS 10); Ciudades y comunidades sostenibles (ODS 11); Paz, justicia e instituciones sólidas (ODS 16); Alianzas para lograr los objetivos (ODS 17).

2. Resultados de aprendizaje

1. Analizar la situación de la gestión de la comunicación estratégica digital en una organización.
2. Planificar el desarrollo de proyectos de consultoría de comunicación digital de calidad, documentarlos y presentarlos.
3. Implantar un plan de gestión de comunicación corporativa digital en cualquier tipo de organización.
4. Evaluar la consecución de los objetivos de un proyecto de consultoría de comunicación digital.
5. Colaborar en el diseño de la política de comunicación y transparencia de una organización.
6. Liderar equipos de trabajo que lleven a cabo consultorías de comunicación digital.

3. Programa de la asignatura

1. Ámbitos de la comunicación estratégica.
2. Planificación y evaluación del proceso de consultoría de comunicación digital.
3. Creación y ejecución del plan de comunicación: situación, objetivos, públicos, mensajes, canales, calendario y presupuesto.

4. Actividades académicas

Clases teóricas; clases prácticas; trabajo y estudio personal; pruebas o actividades de evaluación. El primer día de clase se proporcionará más información sobre esta cuestión.

5. Sistema de evaluación

Primera convocatoria:

- Entrega de un trabajo académico consistente en la elaboración de un portafolio con ejercicios y actividades prácticas sobre los contenidos de la asignatura. Criterios de evaluación: calidad de los contenidos, uso correcto de las herramientas, variedad y adecuación de los recursos de información empleados, organización y presentación, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 60 % de la calificación.

- Realización de un ejercicio escrito de 60 minutos sobre los contenidos de la asignatura. Criterios de evaluación: adecuación y pertinencia de las respuestas, exhaustividad en el desarrollo, capacidad de análisis y de síntesis, precisión en el uso de la terminología y claridad expositiva. Valor: 40 % de la calificación.

El ejercicio escrito se realizará de modo presencial y el trabajo se entregará a través de la plataforma digital docente en la fecha indicada en el calendario de exámenes de la Facultad de Filosofía y Letras.

El primer día de curso se presentará un calendario recomendado de realización del portafolio complementario al de las clases, adaptado a la enseñanza semipresencial con objeto de facilitar la adquisición de las competencias.

Segunda convocatoria:

Idéntica a la prueba global de evaluación de la primera convocatoria.